

Das erfolgreiche Verkaufsgespräch Teil 6: Die Alliteration

Wie Sie sich mit Sprachtricks Sympathien schaffen

Lassen Sie sich von den Dichtern inspirieren: Der Stabreim, wie die Alliteration auch heißt, ist ein ideales Mittel, damit eine Aussage beim Zuhörer im Gedächtnis hängen bleibt.

Bildhaft, einprägsam und mit hohem Erinnerungswert, so sollte Ihre Sprache sein, damit Sie Ihren Kunden überzeugen können. Denn ansonsten stoßen Sie auf ein Problem, das Ihnen mit Sicherheit bestens bekannt ist: Sie erklären Ihrem Kunden ausführlich, warum er sich für Ihr Angebot entscheiden soll. Augenscheinlich hat Ihr Zuhörer alles verstanden. Doch dann verabschiedet er sich dummerweise mit den Worten: „Vielen Dank, ich melde mich wieder bei Ihnen.“ Oder: „Ich muß mir die Sache nochmal durch den Kopf gehen lassen.“ In vielen Fällen bedeutet diese Aussage nur eines: „Vergessen Sie es. Bei Leuten, die ich nicht verstehe, kaufe ich nichts.“

Selbstverständlich können Sie das nicht hören und telefonieren nach der Angebotsabgabe noch einmal hinterher, um nachzufragen, wie es denn aussieht. Die Antwort des Kunden fällt dann häufig recht deutlich aus: „Tut mir leid, Sie sind mir einfach viel zu teuer.“ Was zahlreiche Fachbetrieb in dieser Phase zu letztendlich überflüssigen Preisnachlässen veranlaßt.

Das muß nicht sein. Denn wenn der Kunde tatsächlich verstanden hätte, welche Leistung Sie ihm bieten und welche Vorteile er davon hat, fände er Sie wahrscheinlich gar nicht zu teuer. Der dialektisch argumentierende Verkäufer weiß hier Rat – schließlich geht es darum, dem

Kunden die Argumente so näher zu bringen, daß diese merkfähig im Gehirn des Zuhörers abgespeichert und wieder aufgerufen werden können. Hier hilft uns die Alliteration, auch Stabreim genannt.

Wer Argumente in Reimform darstellt, der wird schon an der ersten Reaktion seines Gegenüber erkennen können, daß die Botschaft angekommen ist. Die meisten Kunden nicken nach einer Alliteration zustimmend, lächeln oder schmunzeln bejahend.

Um Stabreime gezielt in Ihrer Argumentation einsetzen zu können, müssen

Begriffslexikon: Die Alliteration

Aufeinanderfolgende Wörter beginnen alle mit dem gleichen Buchstaben oder den gleichen Silben. Beispiel: Dieser Fußboden ist sauber zu verlegen, sparsam in der Pflege und sicher auf lange Dauer.“

Sie kein verborgener Poet sein. Denn bei diesem Stilmittel handelt es sich nicht um einen Reim im klassischen Sinn, sondern um mehrere aufeinanderfolgende Wörter in einem Satz, die mit demselben Buchstaben beginnen. Bekannte Stabreime aus der Werbung sind „Milch macht müde Männer munter.“, oder „Mars macht mobil“. Sie sehen also, Alliterationen sind gar nicht so schwer zu finden. Übrigens müssen die Worte, die mit demselben Buchstaben beginnen, nicht immer unmittelbar aufeinander folgen. Sie können auch mit Bindeworten dazwischen arbeiten. Die folgenden Beispiele sollen zeigen, wie solche Stabreime aussehen können.

„Wir arbeiten bei **H**ein mit **H**erz und **H**irn.“

„Wir **k**ümmern uns um Sie, **k**ompetent und **k**undenfreundlich.“

„**F**ließestriche vom **F**achmann – **f**ix, **f**ertig, **f**lüssig.“

Selbstverständlich sollten Sie jetzt nicht aufs Gradewohl einen Stabreim nach dem nächsten in Ihr Verkaufsgespräch packen. Wichtig ist es, daß Sie für Ihre Alliterationen Wörter verwenden,

den, die zu Ihren Produkten, Leistungen und Serviceideen passen. Überlegen Sie sich einige Schlagworte, die Ihre Vorzüge knackig auf den Punkt bringen und die sich gut in Alliterationen einbauen lassen.

Bei der Aussprache und der Betonung gibt es nichts zu beachten. Allerdings sollten Sie darauf achten, daß für die Alliteration tatsächlich gleiche und nicht nur gleichklingenden Buchstaben wie F und V verwendet werden. Hier ist Ihre Kreativität gefragt, für jeden Buchstaben einige Argumente zu finden. Fragen Sie auch Ihre Mitarbeiter und Ihre Familien nach passenden Wörtern und erfinden Sie Stabreime zu verschiedenen Themen. Wählen Sie anschließend diejenigen aus, die Ihnen am leichtesten über die Lippen kommen. Wirkung:

► Mit kurzen und prägnanten Aussagen tun Sie dem Zuhörer einen großen Gefallen. Durch die gleich klingenden Wortanfänge bekommt der Zuhörer das Gefühl, daß er die Dinge komplett versteht, und was verstanden ist, das wird selbstredend auch leichter gekauft.

► Es gelingt Ihnen, auch neuen Kunden Ihre Firma und Ihre Leistungen schnell und unkompliziert darzustellen.

► Sie können die wesentlichen Informationen noch einmal prägnant und kurz zusammenfassen. Wichtig dabei ist, daß sich sehr gute und sinnvolle Argumente nicht in langen Nebensätzen verlieren.

► Die Alliteration eignet sich besonders dann, wenn Sie gegenüber mehreren Gesprächspartnern argumentieren sollen, etwa bei einem Ehepaar mit Kind. Schließlich soll jeder der Zuhörer verstehen, was wir mit seinem Boden machen wollen.

► Wer sich verständlich ausdrückt, erzeugt einen hohen Grad an Sympathie, ohne daß seine fachliche Kompetenz darunter leidet. Im Gegenteil: Der Kunde wird Ihnen ein hohes Maß an Autorität zubilligen.

Nebenwirkungen: Aus Alliterationen sind bereits viele erfolgreiche Kampagnen für das Marketing im Dialog mit dem Kunden und für erfolgreiche Texte in Anzeigen entstanden. Der Grund dafür ist sehr einfach: Spreche ich so, daß der andere mich versteht, dann versteht er auch, was ich von ihm will. Und das ist immer eine gute Basis, um erfolgreich Beziehungen aufzubauen und Geschäfte abzuwickeln. □